

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. (2018). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square Alternatif Structral Equation Mdeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Afriani, R., Indradewa, R., et al., (2019) Brand Communications Effect, Brand Images, and Brand Trust Over Loyalty Brand Building at PT Sanko Material Indonesia, *Journal of Multidisciplinary Academic*, 3(3), 44-50
- Agung, L., Rahmat, Y., et al. (2019) THE RELATIONSHIP OF BRAND COMMUNICATION BRAND IMAGE, AND BRAND TRUST TO BRAND LOYALTY OF SAMSUNG CELLULAR PHONE PRODUCT, *Journal RJOAS*, 4(88)
- Amalia, I. A. (2016). Peminat iPhone Paling Banyak Berasal dari Indonesia. <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/gNQ6QWqbpeminat-iphone-paling-banyak-berasal-dari-indonesia>
- Amrullah, Jundi. (2019) Deretan Ponsel Flagship Besutan Apple, [online] Tersedia: <https://gizmologi.id/rekomendasi/deretan-ponsel-flagship-apple-iphone/> [2 Januari 2020]
- Andriani, M., & Bunga, M. (2017) FAKTOR PEMBENTUK BRAND LOYALTY: PERAN SELF CONCEPT CONNECTION, BRAND LOVE, BRAND TRUST DAN BRAND IMAGE (TELAAH PADA MEREK H&M DI KOTA DKI JAKARTA), *Jurnal BENEFIT Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 157-168
- Apple Inc: <https://www.apple.com> [2 Januari 2020]
- Arenggoasih, W. (2016) PENGARUH BRAND COMMUNICATION, SERVICE QUALITY DAN BRAND PERSONALITY ANGGOTA DEWAN TERPILIH MELALUI BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PEMILIH (Studi Partai Politik Gerindra). *Jurnal INTERAKSI* 5(2), 123-135
- Armstrong, Kotler (2015), *Marketing an Introducing* Prentice Hall twelfth Edition, England : Pearson Education, Inc.
- Databooks, (2019). Pengguna Smartphone di Indonesia, [online] Tersedia: <https://databooks.com> [2 Januari 2020]

- Efendy, P., Suryadinata Y, A. (2015), Analisa Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Di Restoran D'cost Surabaya, *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 616
- Fathoni, W. (2018) Pengguna iPhone Setia Banget, Ini Buktinya, [online] Tersedia: <https://inet.detik.com/consumer/d-4255328/pengguna-iphone-setia-banget-ini-buktinya> [3 Januari 2020]
- Ferranda, Ellen. (2019) Sejarah Berdirinya Apple Inc yang sangat mendunia, [online] Tersedia: <https://sejarahlengkap.com/teknologi/sejarah-berdirinya-apple>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indarini., & Andayana. (2019) The influence of brand communication, brand image, brand satisfaction, and brand trust on brand loyalty, *Journal of Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 308(16), 122-125
- Indrawati, P. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*, 15th Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Armstrong, G., Armstrong, G., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*, 15th global edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Maliyah, S., (2015), Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Henan Putihrai Asset Management, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(1)
- Oktagon. (2019). Pengguna Internet Terbanyak di Dunia, [online] Tersedia: <https://daily.oktagon.co.id> [2Januari 2020]
- Prasetya, G. E., et all. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada mahasiswa Fakultas Ilmu

- Administrasi Bisnis Progam Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Air Mineral Aqua ). Jurnal Administrasi Bisnis, 62(2), 214-221
- Putra, A. S., (2018) Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Smartphone Lenovo Di Diy), Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, 3 (5), 253-255
- Rahman, S. U. (2015), Measuring Customer Based Beverage Brand Equity: Investigating the Relationship between Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty, International Journal of Marketing Studies, 7 (1), 66-77
- Rika, O., Suddin, A., et al., (2019), PENGARUH KOMUNIKASI MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI PEMEDIASI (Survei pada Konsumen Kecap Lombok Gandaria Merah di Luwes Kestalan Surakarta), Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 13(1), 52-67
- Satria, A., (2017) PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36 Jurnal Manajemen dan *Start-Up* Bisnis, 2(1), 45-53
- Saputri, M. E., & Pranata, T. R. (2015). Pengaruh brand image terhadap kesetiaan pengguna smartphone iphone. Jurnal sosioteknologi, 13(3), 193-201.
- Schiffman, L., Wisenblit, L.,. 2015. Consumer Behavior. Edisi Sebelas. Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). Research Methods for Business. Edisi enam. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, M. (2015) ANALISIS WEBSITE MATAHARIMALL.COM MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 (STUDI KASUS PELANGGAN DI KOTA BATAM), Jurnal CBIS 3(2), 169-188
- Song, H., Wang, J., Han, H. (2019), Effect of image, satisfaction, trust, love, and respect on loyalty formation for T name-brand coffee shops, International Journal of Hospitality Management, 79 (1), 50-59
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. (2016). Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama.

Top Brand Index: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Utomo, I, W. (2017), PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda), Jurnal Komunikasi, 8 (1) 77